



مددیت کیفیت جامع محصولات در مؤسسات صنعتی ایران

مؤلف:

دکتر علی رضا آمره‌ئی

سرشناسه : آمره‌نی، علیرضا، ۱۳۴۸ -

عنوان و نام پدیدآور : مدیریت کیفیت جامع محصولات در مؤسسات صنعتی ایران / مؤلف علیرضا آمره‌نی.

مشخصات نشر : تهران: برتراندیشان، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری : ۱۵۶ ص. : جدول، نمودار.

شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۶۲۷۸-۶۱-۴

وضعیت فهرست نویسی : فیا

موضوع : کیفیت فراگیر — مدیریت

موضوع : Total quality management

موضوع : کنترل کیفی — مدیریت

موضوع : Quality control — Management

رده بندی کنگ : ۱۵/۶۲HF

رده بندی دیی : ۵۶۲/۶۵۸

شماره کتابشناسی ملی : ۵۷۴۸۴۸۶

مدیریت کیفیت جامع محصولات در مؤسسات صنعتی ایران

مؤلف: دکتر علیرضا آمره‌نی

ناشر: برتراندیشان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۲۷۸-۶۱-۴

ویراستار: شیدا قناتی

صفحه آرا: اصغر جوزی پور

طراح جلد: الهام حسینی

شمارگان : ۱۰۰ نسخه

نوبت چاپ اول: تابستان ۱۳۹۸

قیمت: ۳۰۰,۰۰۰ ریال



تهران-میدان انقلاب-کارگر جنوبی-شهدای ژاندارمری پلاک ۱۱۷ - اول شرقی

تلفن: ۰۹۳۶۲۰۵۹۶۰۰-۰۶۶۴۱۹۵۱۹

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۶
---------------	---

بخش اول: کلیات

مقدمه.....	۹
بیان کلیات.....	۱۰
تعاریف اصطلاحات.....	۱۳
مدیریت کیفیت جامع.....	۱۳
کیفیت.....	۱۳
ایزو.....	۱۳
گروه‌های کنترل کیفیت (Q.C.C).....	۱۳
توسعه منابع انسانی (T.L.D).....	۱۳
روش نوین مهندسی کیفیت (Q.F.D).....	۱۴
اطمینان از کیفیت (Q.A).....	۱۴
نظام S.S.....	۱۴

بخش دوم: مبانی نظری

مقدمه.....	۱۷
مدیریت کیفیت جامع.....	۱۷
تاریخچه مدیریت کیفیت جامع.....	۲۸
فلسفه مدیریت کیفیت جامع.....	۳۳
فلسفه دکتر دمینگ.....	۳۵
فلسفه ژوران.....	۴۰
فلسفه کرازبی.....	۴۰
تعاریف بنیادی در مدیریت کیفیت جامع.....	۴۲
کنترل کیفیت.....	۴۴
مدیریت کیفیت جامع.....	۴۴
اصول اساسی در مدیریت کیفیت جامع.....	۴۶
الزامات اجرایی مدیریت کیفیت جامع.....	۵۳
مراحل اجرایی مدیریت کیفیت جامع.....	۵۸

۶۰	اهداف مدیریت کیفیت جامع
۶۱	بررسی تجارب بین المللی آثار اجرای مدیریت کیفیت جامع
۶۱	بررسی TQM در ژاپن
۶۵	مدیریت کیفیت فراگیر در آمریکا
۶۵	کاربرد مدیریت کیفیت در تایوان
۷۰	بررسی موردی کاربرد TQM در سازمانهای کشور ایران
۷۳	پارادوکس های موجود در مدیریت کیفیت جامع
۷۴	پارادوکس اول
۷۵	مدیریت پارادوکس اول
۷۶	پارادوکس دوم
۷۷	مدیریت پارادوکس دوم
۷۸	پارادوکس سوم
۷۹	مدیریت پارادوکس سوم
۸۰	پارادوکس چهارم
۸۱	مدیریت پارادوکس چهارم
۸۳	پارادوکس پنجم
۸۴	مدیریت پارادوکس پنجم
۸۵	پارادوکس ششم
۸۷	مدیریت پارادوکس ششم
۸۸	پارادوکس هفتم
۸۸	مدیریت پارادوکس هفتم
۹۰	هدفمند نمودن پارادوکس ها
۹۲	مدیریت کیفیت جامع و عملکرد کسب و کار
۹۳	مدیریت کیفیت جامع در شرکت های خدماتی
۹۴	مدیریت کیفیت جامع در شرکتهای کوچک و متوسط
۹۵	علل ناکامی مدیریت کیفیت جامع
۹۶	عوامل مؤثر در موفقیت مدیریت کیفیت جامع
۹۶	مدیریت کیفیت جامع و اندازه گیری عملکرد
۹۸	دستاوردهای فرهنگی نظام مدیریت کیفیت جامع
۱۰۳	آشنایی با سیستم های مبدل فرهنگی

۱۰۹	روش نوین مهندسی کیفیت (Q.F.D) Quality Function Deployment
۱۱۰	روش Q.F.D و مزایای آن
۱۱۱	معیارهای Q.F.D
۱۱۱	درک مشتری و خواسته‌های او
۱۱۲	تکنیک شش سیگما
۱۱۷	کایزن و نوآوری
۱۱۹	آشنایی با ابزار مورد استفاده در کنترل کیفیت جامع
۱۲۲	مطالعات خارجی
۱۲۷	مطالعات داخلی
۱۳۹	شرکت آونگان، اک (شکت مورد مطالعه)

بخش سوم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات

۱۴۳	بحث و نتیجه‌گیری
۱۴۳	یافته‌های سؤالات
۱۴۴	توصیه‌ها
۱۴۵	پیشنهادهای کاربردی

منابع و مآخذ

۱۴۷	منابع فارسی
۱۵۲	منابع لاتین

مدیریت کیفیت جامع به نحو چشم‌گیری اقتصاد جهانی را تحت تأثیر قرار داده است و تثبیت استانداردهای کیفیت متنوع و تکاپوی کارخانجات بزرگ در حصول این دست‌انداخته‌ها و فشار رقابت در بازارهای جهانی بر این امر مهم تأکید می‌ورزند. لذا هدف ما طراحی مدل اجرایی مدیریت کیفیت جامع محصولات در مؤسسات صنعتی ایران بوده است.

بر این اساس عوامل شامل، حمایت مدیریت، تمرکز بر مشتری، مدیریت فرایند، بهبود مستمر، ارتباط با تأمین‌کننده و تجزیه و تحلیل اطلاعات می‌باشند و متغیرهای (حمایت مدیریت، تمرکز بر مشتری، مدیریت فرایند، بهبود مستمر، ارتباط با تأمین‌کننده، تجزیه و تحلیل اطلاعات) تأثیر مثبت و معناداری بر مدیریت کیفیت جامع در شرکت آونگان اراک داشتند. اولویت بندی شاخص‌ها نشان داد که تمرکز بر مشتری بیشترین اولویت و مدیریت فرایند کم‌ترین اولویت را داشت.